

A MISKOLCI MARKETING ÉS TURIZMUS INTÉZET 25 ÉVE

DANKÓ LÁSZLÓ

tanszékvezető egyetemi docens

Miskolci Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Marketing és Turizmus Intézet

A Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kara keretében 1994 július elsejétől működik – az Alkalmazott Közgazdasági Tanszék keretében formálódott - önálló oktatási-kutatási műhelyként a marketingtudomány egyetemi tanszéke, majd 2000-től intézete. Ez a rövid szubjektív visszatekintés az elmúlt 25 év fontosabb mérföldköveit villantja fel. Kulcsszavak: marketing, turizmus, Miskolci Marketing Műhely

Emberöltőnyi ideje született meg a Miskolci Egyetem Közgazdaságtudományi Intézetéből 1990-ben alapított Gazdaságtudományi Kara vezetőinek fejében az az elhatározás, hogy az értékteremtő alapfunkciók oktatásában addig tantárgyak szintjén megjelenő marketing tudománynak Miskolcon is önálló oktatási-kutatási műhelyt: tanszéket teremtenek.

1. MARKETING TANSZÉK – 1994.

A gazdasz képzésben addig az Alkalmazott Közgazdaságtani Tanszék keretében oktatott marketing, bel-és külkereskedelmi tárgyak kerültek az új tanszék kezdő portfóliójába. Piskóti István alapító tanszékvezető, Dankó László docens, majd Gyöngyössi Zoltán má. docens kollégák rövid időn belül kiszélesítették a tanszék oktatási kínálatát, fiatal kollégák és az 1993-ban indult PhD képzés révén doktoranduszok bevonásával erősítettük az oktatói-kutatói háttérrel. A tanszék feladatává vált a marketing és alkalmazott részterületei, a kül-és belkereskedelem, külgazdaságtan – nemzetközi üzlet oktatása és az ezen szakmai területeken folytatandó kutatómunka.



1. ábra: A tanszék oktatói és doktoranduszai 1996-ban

A Karon 1995-től bevezetett felsőéveseknek választható négy féléves szakirányos képzésben a 12 tárgyas marketing szakirány is helyet kapott, sőt a későbbiekben az egész évfolyamnak felkínált, ún. mellék-szakirányokkal (Turizmus, Nemzetközi üzlet) is bővült a tanszék oktatási palettája.

A miskolci Campus adta lehetőségek és feladatok tanszékünknek a társkarokra való átoltatását is szükségessé tették, elsősorban a műszaki karok irányába. Ezek köréből is kiemelkedik a Kohómérnöki Karon 1999-től indított 6 féléves „ipari marketing menedzsment” tagozatú képzés, amelyet az igénylő kar 2 oktatói státusz átadásával honorált.

A Vállalkozáselmélet és gyakorlat Doktori iskola oktatói, témavezetői munkájába a kezdetektől aktívan bekapcsolódtunk a Marketingstratégia, Nemzetközi marketing, Régió-és településmarketing, Business marketing, Magyar külgazdasági kapcsolatok tárgyakkal, az ezekhez illeszkedő témakiírásokkal.

A rendszerváltozást követően a borsodi iparvidéket súlyosan érintő regionális társadalmi-gazdasági feszültségeket megyeszékhelyi intézményként magunk is érezve, a problémák kezelésére indított megyei válságkezelési programban dolgozva alakult ki kutatási műhelyünk máig ható kutatási profilja: a régió-és városmarketing, illetve a határokon átnyúló külgazdasági együttműködések kutatása-fejlesztése.

Régió-és településmarketing témában 1997-ben egyetemi, 2002-ben KJK-Kerszöv, 2012-ben az Akadémiai Kiadó kiadásában jelent meg szakkönyvünk, de emellett említésre érdemes az 1995-99 között USAID-CIPE finanszírozta határregiós kutatások eredményeit angol, magyar, szlovák, ukrán nyelven összegző tanulmánykötetünk is.

Az egyetem megyei kereskedelmi és iparkamarával kialakított Regionális Gazdaságkutató Intézet évekig keretet biztosított kutatási-szakértői tevékenységeink folytatásához.

Fokozatosan bekapcsolódtunk a hazai és nemzetközi tudományos közösségbe aminek kezdetei Piskóti István németországi 1989-1990. évi DAAD kutatói ösztöndíjához, illetve Dankó László esetében a British Council támogatású - Bradfordi Egyetemi menedzselésű kari mentorprogramhoz (1992-95) kötődnek. Nagy Szabolcs PhD hallgatónkként 1997-ben a Teeside Egyetemen vett részt részképzésen.

A pécsi marketinges találkozóból eredeztethetően, a tanszékalapítást követő évben tanszékünk lehetett hagyományteremtő házigazdája a Magyar Marketing Szövetség keretében alakult „Marketing Oktatók Klubja” első konferenciájának.

Nem kis büszkeséggel tölt el bennünket a szakmai konferencia és az azt követő Miskolc-tapolcai baráti találkozó felidézése során a hajdani – még élő - résztvevők párás, mosolygós tekintete. Akkor egy olyan, egymás munkásságát követő, egymásra figyelő - igaz szűkebb - felsőoktatási marketinges oktatói közösség létezett, amely valóban klubként működött, s ahogyan Ungváriné Kőcse Jolán könyvének címében megfogalmazta: Hobbink volt a marketing?!

A Marketing Oktatók Klubja konferenciái a kezdetek óta megrendezésre kerülnek, minden évben más-más egyetemi marketinges műhely szervezésében. Legutóbb 2012-ben lehettünk ismételt házigazdái a marketing tudományterületen oktató kollégák eme szakmai tapasztalatcseréjének, baráti találkozásának.



2. ábra: A Marketing Oktatók Klubja első konferenciája, Miskolc, 1995.

A tudományos, szakmai élet meghatározó mérföldkövei, fórumai a konferenciák, szimpóziumok, tudományos tanácskozások. Ezek körébe illeszkedik a „Magyar Marketing Műhelyek Kerekasztal Konferenciája” melyet tanszékünk a Veszprémi Egyetem Gazdaságtan Tanszékével közös szervezésben éveken keresztül menedzselte. A június első hetében Balatonfüreden, majd 1996-tól 2003-ig évente Keszthelyen megrendezett konferencia a marketing szakmát művelő elméleti és gyakorlati szakemberek tapasztalatcseréjének rangos országos fórumává fejlődött, ahol a tudományos, szakmai munka, publikálási lehetőség mellett a jó hangulatú, kötetlen kapcsolatépítés képezte a rendezvények értékét.

Kutatói műhelyünk bázisán máig működtetjük az MTA Miskolci Akadémiai Bizottság Marketing Munkabizottságát, melyet 2012-ig Piskóti István, azóta pedig Dankó László elnököl, titkára: Hajdú Noémi. Tagjai között tudhatjuk intézeti kollektívánk mellett az egri Eszterházy Károly Egyetem két munkatársát, és a régió akadémiai témák megvitatására nyitott marketinges szakembereit.

Régióink szakmai szervezeteivel, vállalkozásaival való tudatos kapcsolatépítés érdekében 1995-től az MTA-MAB impozáns székházában a marketing munkabizottsággal karöltve rendszeresen megszervezzük új kutatási eredményeink prezentációit, vitanapjait a „Marketing Szimpózium Miskolc”, majd utóbb MEGY keretében.

Kutatási programjaink, a szimpóziumok előadásai, az ott kialakult véleménycserék során formálódott szakmai eredményeink publikálására a „Miskolci Marketing Műhely” kiadványcsalád keretében létrehoztuk a „Marketing tanulmányok” sorozatot, melyből 2004-ig nyomtatott és elektronikus formában 9 kiadványunk került megjelentetésre.

Tanszékként való működésünk ötéves fennállását 8 főállású oktatóval, 7 PhD hallgatóval, akkori marketing szakirányos és korábban végzett, a tanszékhez kötődő hallgatóval, kari

oktató kollégákkal, céges partnereink társaságában egy laza happeninggel ünnepeltük meg a Dudujka-völgyi Alma Mater Rockwell Klubjában.

2. MARKETING INTÉZET – 2000.

Az ezredforduló 25 éves történetünk során jelentős előrelépést hozott, ugyanis 2000-ben a Kar tanszékeit intézetekbe szervezte, s addigi eredményeinket elismerve tanszékünk önálló, Marketing Intézetté alakulhatott: Piskóti István vezetésével Marketing Stratégia és Kommunikáció Tanszék, míg Dankó László vezetésével Nemzetközi Marketing Tanszék szakmai műhelyei jöttek létre.



3. ábra: Intézeti kollektívánk 2002-ben

A „Miskolci Marketing Műhely” sorozatban – a Pro Marketing Miskolc Egyesület égisze alatt - tovább folytattuk a tananyagaink korszerűsítését, fejlesztését, tankönyvek, egyetemi jegyzetek készítését, megjelentetését nyomtatott, majd elektronikus formában. Szakkönyveinkkel együtt ezek sokrétűségét intézeti honlapunk „digitális könyvtár” menüpontja szemlélteti.

Az OKJ-s képzések körében 2000-ben marketing menedzser képzést indítottunk, mely mellett tréning jellegű, rövid továbbképzési, vállalatokra, városokra adaptált programkínálatunkat a régió-és településmarketing, turisztikai marketing, hatékony értékesítés, üzleti kommunikáció, és a marketingtervezés terén alakítottuk ki.

A szervezeti megerősődéssel párhuzamosan intézetünk egyetemen belüli elhelyezésében is előre léptünk, 2004-ben egybefüggő – az oktatói-kutatói munka zavartalanságát biztosító - új irodákat vehettünk birtokba, új eszközökkel és bútorzattal.

A Gazdaságtudományi Kar posztgraduális, másoddiplomás továbbképzési kínálatában 3 szak akkreditációját készítettük elő, melyek indítását a MAB engedélyezte, ezek: Marketing, Turizmus és a Nemzetközi gazdasági és üzleti kapcsolatok. Fizetős szakjainkat nagy számban

választották, s az új rendszerű mesterképzések indításáig karunk számára kedvező külső finanszírozási háttérrel biztosítottak.

2005-ben a két tanszékvezető részt vett az üzleti képzési területen az új, kereskedelem és marketing, valamint nemzetközi gazdálkodás Bologna-szakok országos kidolgozásában. A Magyar Akkreditációs Bizottság Karunk számára a négy szak között engedélyezte a Kereskedelem és marketing (BA) szak 2006-os elindítását. A szakon belül 6-6 tárggyal Értékesítés (Sales) és Marketingkommunikáció szakirányokat hirdettünk meg, melyek közül a hallgatók a 3. félév szorgalmi időszakának végéig választhatnak. Emellett 5 külkereskedelmi szaktárgyunk került be a nemzetközi gazdálkodás BA képzés tantervébe.

A Marketing mesterképzés szakindítását – a Kar további mesterképzéseivel összehangoltan – a bachelor képzés elindítását követően megkezdtük, s így lehetővé vált, hogy 2008-ban meghirdethessük kétéves képzésünket. A Kar mesterképzései tanterveiben a Marketing menedzsment közös tárgyként jelent meg, a Logisztika MA képzésben további egy, míg a Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás MA-ban 4 tárggyal vettünk részt. Az MA képzések követelményeihez igazodóan differenciáltuk és a képzés eltérő alapképzettségű hallgatókhoz, kiscsoportos jellegéhez igazítottuk tananyagainkat, oktatási módszereinket.

A turizmus területén 1997 óta folytatott megbízásos munkáink során szerzett gyakorlati, valamint a posztgraduális turizmus szakos képzésben gyűjtött oktatási tapasztalataink alapján előkészítettük a turizmus és vendéglátás BA szak indítását, s a szükséges MAB engedély birtokában 2009-től ennek a képzésnek is intézetünk a felelőse.

Megalakult a Turizmus Intézeti Tanszék, a képzésbe új főállású kollégákat és külső oktatókat, gyakorlati helyszíneket vontunk be. A képzés résztvevői két szakirány közül választhatnak, ezek a desztinációmenedzsment és a kulturális turizmus.

Az üzleti BA képzések fizetőssé tétele követően vált jelentősebb piaci igényre az állami finanszírozásban maradt kétéves felsőoktatási szakképzés. Ebben a képzési formában is a kereskedelem és marketing, valamint a turizmus-vendéglátás FOKSZ képzéseket gondozzuk.

A képzést eredményesen abszolváló hallgatók köréből a tanulmányaikat BA képzésben folytatni kívánó hallgatók számára kreditbeszámítási kedvezményt biztosítunk.

4. MARKETING ÉS TURIZMUS INTÉZET – 2016.

2016. július 1-től Marketing és Turizmus Intézet néven működünk, melyen belül a Marketingstratégia és Kommunikáció Intézeti Tanszék (tanszékvezető: Nagy Szabolcs), Értékesítés és kereskedelem Intézeti Tanszék (tanszékvezető: Dankó László), valamint Turizmus-vendéglátás Intézeti Tanszék (tanszékvezető: Piskóti István) teremt és jelenít meg szűkebb szakmai műhelyeket, kompetenciákat.

A marketing szimpóziumok és az ott bemutatott kutatási eredményeket tartalmazó Marketing tanulmányok sorát - intézetünk szakmai megerősödését reprezentálандó - 2006-tól felváltotta a kétévente megrendezett „MEGY –a Marketing Elmélet és Gyakorlat” találkozója, s az ezzel párhuzamosan megjelenő „Marketingkaleidoszkóp” tanulmánykötet. Utóbbiból eddig 7 kötet jelent meg nyomtatott, majd elektronikus formában. Intézetünk a 'Marketingkaleidoszkóp 2016' tanulmánykötetet a "T-MEGY 2016- a Turizmusmarketing elmélet és gyakorlat szakmai találkozója" alkalmából, ahhoz kapcsolódó tartalommal jelentette meg.

Doktoranduszaink közül tudományos fokozatszerzésre törekvő, s egyetemi oktatói pályát választó fiatalok köréből 2005 óta PhD fokozatot szerzett és jelenleg is oktató fiatal kollégáink: Nagy Szabolcs, Gulyásné Kerekes Rita, Molnár László, Hajdú Noémi, Marien Anita, Papp Adrienn. Fiatal munkatársaink nagy száma jelzi intézetünknek azt az iskolateremtő szándékát, eredményességét, mellyel a felsőoktatási pálya szerény megbecsülése ellenére is képes tudományos műhelyünk a megújulásra, új készségek és szemléletmód oktatásba való integrálására.

Akadémiai kapcsolatainkban a tudományos fokozattal rendelkező oktatók MTA Köztisztviselői és bizottsági tagsága alapvető. Az intézet oktatói-kutatói munkájának elismerését is jelzik azok a Piskóti István személyéhez kötődő bizottsági tagságok és tisztségek, melyeket intézetigazgatóként az elmúlt években elért:

1999 - 2005 MTA Általános Elméleti Marketing Albizottság elnöke,

2005 - 2012 MTA Marketingtudományi Bizottság alelnöke,

2012- MTA IX.o. Gazdálkodástudományi Bizottság tag,

2018- MTA GTB alelnök, MTAB elnök,

2019- MTA Gazdálkodástudományi Minősítő Bizottság tag.

AZ MTA Miskolci Akadémiai Bizottság Marketing Munkabizottsága vezetőségét, valamint tagsága és programjai gerincét Intézetünk oktató-kutató kollektívája adja.

Nemzetközi kapcsolataink külföldi felsőoktatási műhelyekkel való együttműködésben, külföldi konferencia részvételekben, továbbá nemzetközi szakmai szervezeti tagságokban öltönek testet. Egyetemi kapcsolataink alakultak ki formalizált kari, egyetemi együttműködések keretében, illetve a munkatársak ERASMUS mobilitási és más programokban való részvétele, publikációi, egyéni kutatási együttműködései révén 20 ország, 26 felsőoktatási intézményével, illetve azok társtanszékeivel, oktató-kutató munkatársaival. Ezen túl a turizmus, illetve a marketing terén több szakmai szervezettel állunk, illetve állunk projekt kapcsolatban.

6 felsőoktatási, szakmai szövetségi kiadvány esetében szerkesztőbizottsági tagsággal rendelkezünk.

Nemzetközi szakmai szervezetek körében kialakult kapcsolataink, tagságaink: Academy of Marketing Science (AMS), European Marketing Academy (EMAC), International Association on Public and Nonprofit Marketing (IAPNM), Marketing Science Institute (MSI), Marketing In Asia Group.

Kutatási-tanácsadási tevékenységünk tartalmait és kereteit a felmerülő újabb társadalmi-üzleti problémák, a tudományos közélet fókuszába került kérdések, s persze a kutató személyes érdeklődése, téma iránti elköteleződése, nemzetközi és hazai kapcsolatai formálják, befolyásolják. Így vagyunk ezzel intézetünkben is: a kezdeti kutatási témáink iránti elkötelezettségünket megőrizve négy OTKA kutatást folytattunk (interregionális külgazdasági kapcsolatok, marketing információs rendszer, kategóriamenedzsment, társadalmi marketing).

2004-2007 között az egyetemi IMKKK keretében Innovációmarketing-marketinginnovációk kiemelt kutatási programot valósítottunk meg.

2006-ban a kutatási együttműködések új kereteiként négy virtuális Kutatási Kompetencia Központot hoztunk létre az adott területen folytatandó kutatási tevékenység művelésére,

koordinálására a Business to Business marketing, Értékesítés-kereskedelem, Régió és településmarketing – City Branding és az Öko-marketing területén.

A közelmúltban formálódott, nevesített intézeti kutatási területek: Társadalmi marketing modellje és alkalmazásai. Régió- és településmarketing - marketing-orientált fejlesztés és márkázás. Környezettudatos marketing. Érték- és ügyfélorientált business marketing menedzsment. Innováció-marketing. A marketing audit és a marketing teljesítmény mérésének módszertana, illetve piaci teljesítményre és versenyképességre gyakorolt hatásának elemzése. A kulturális turizmus desztinációs versenyképességi modellje, mérési és hatásrendszere, a kulturális alapú városfejlesztés kapcsolatában. Szolgáltatásmarketing speciális megoldásai. Nemzetközi marketing menedzsment.

2017-ben alakult ki az intézet és a gyakorlati szféra együttműködésének újabb koncepciója, az un.: UPM – University Partnership Model, mely az oktatási tudáscserére, tudásteremtésre, tanirodai tudás-szolgáltatásokra és a tudásmarketingre támaszkodik.

OKTATÁSI TUDÁSCSEREPROGRAM

Kereskedelem és marketing
Szakvezető: Prof. Dr. Piskóti István
BA alapképzés – Felsőoktatási szakképzés

Turizmus-vendéglátás
Szakvezető: Dr. Dankó László
BA alapképzés – Felsőoktatási szakképzés

Marketing mesterszak (MSc.)
Szakvezető: Prof. Dr. Piskóti István

Felnőtt- és továbbképzési program
Programfelelős: Dr. Nagy Szabolcs

- Meghívás oktatásba, kihelyezett órák a partnernél
- Esetfeladatok közös kidolgozása, megoldása
- Tantárgy-„névadó” partnerség
- Féléves BA/FOX hallgató szakmai gyakorlat
- Duális BA képzési együttműködés
- Díjmentes MARKETINGAUDIT végzése a mesterhallgató cégénél
- JUNIOR-MARKETINGMENEDZSER PROGRAM
- Nyári mesterhallgatók szakmai gyakorlat
- Kvázi-duális mesterképzés
- On-line alapú nyílt, ingyenes rövidkurzusok
- Modulokból álló módszertani kurzusok
- Egyedi értékesítési-, kommunikációs tréningek
- Belső marketing – belső kommunikációs kurzus

TUDÁSTEREMTÉS – KUTATÁSOK BÖRZÉJE

Kutatóműhely kiemelt témakörei
Businessmarketing • Innovációmarketing
• Társadalmi/non-business marketing
• Városmarketing • Turizmus • Desztinációmarketing

UPM – University Partnership Model
Az Intézet és a gyakorlati szféra együttműködési rendszere

TUDÁSMARKETING
Szakmai versenyek, díjak, nagyprogramok

- OVM Országos Városmarketing Verseny
- „MARKETINGGYÉMÁNT” Országos Városmarketing Díj
- „GASZTROVIDÉK” Országos Gasztronómiai Verseny
- „STARCITY” Városmárka-érték/versenyképesség mérés
- „Innocreation” Országos Marketingstratégiai Verseny

TANIRODAI TUDÁS-SZOLGÁLTATÁSOK

„Mim-Trade” Kereskedelmi Taniroda
Mentor: Dr. Dankó László
• Értékesítési-kereskedelmi szolgáltatások
• Web/e-kereskedelem

„Mim-Research” Marketingkutatás Taniroda
Mentor: Dr. Molnár László
• Piac- és marketingkutatások, elemzések
• Vevő- és ügyfélelégedettség mérések
• Egyedi információ-gyűjtés

„Mim-Media” Kommunikációs Taniroda
Mentor: Gulyásné Dr. Kerekes Rita
• Reklám, PR, SP programok, kampányok tervezése
• Kommunikációs budzők észserű felhasználása
• Kreatív anyagok tervezése, készítése

„Mim-Gasztro” Tankonyha-étterem - Borklub
Mentor: Dr. Bene Zsuzsa
• Csapatépítő tréning (közös főzés) szervezése cégeknek
• Főzősuli, szakmai bemutatók
• Tankonyhai-tantermi (tovább)képzés vendéglátóknak
• Soc-akadémia, borismereti kurzusok
• Barista-képzés, tematikus ki rendezvények, vizsgák

„Mim-Helyi termék” Bemutató és bolt
Mentor: Dr. Szakál Zoltán
• Helyi termékek bemutatása az egyetemi piacon
• Online bemutatás
• Rendszeres értékesítési lehetőségek biztosítása

„Mim-Event” Rendezvény-szervező Taniroda
Mentor: Nagy Katalin
• Szakmai és belső rendezvények lebonyolítása
• Hostess és egyéb támogató szolgáltatások

4. ábra: UPM –University Partnership Model

A *marketingtudomány széleskörű társadalmasítására*, a városmarketing társadalmi népszerűsítésére 2009-ben kezdtük el szervezni az „Országos Városmarketing Verseny”-t, amely ma a társegyetemekkel kétévente közösen lebonyolításra kerülő, egyik legnagyobb felsőoktatási verseny.

A Magyar Marketing Szövetség 2015-ben - Intézetünk és a POSITIVE by Hinora Group - szakmai támogatásával létrehozta és évente megrendezi a „Marketinggyémánt Országos Városmarketing Díj” versenyt. A verseny szervezői hat kategóriában díjazzák a jelentkező települések - ismertségük és elismertségük növelése, fejlesztése érdekében megvalósított - sikeres marketingprojektjeit, kampányait, rendezvényeit, a szakmailag profi marketingmegoldásait.

Intézményi, vállalati szakértői, K+F megbízásaink széles körből táplálkoznak. Fennállásunk 25 éve alatt több, mint 100, gyakorlati életből érkezett megbízást teljesítettünk, melyek részben a tanszék, intézet, illetve a megbízások teljesítésében résztvevő munkatársak anyagi háttérét erősítették, de ami legalább ilyen fontos: valós piaci körülmények között megvalósított projektjeink beépülnek tananyagainkba, publikus tapasztalatai esettanulmányokká formálva aktualizálják és a storytelling révén élményszerűbbé, könnyebben befogadhatóvá teszik tudásátadó munkánkat.

A felsőoktatás mai oktatáspolitikai megítélése, ebből fakadóan az intézmények korlátozott finanszírozása, az oktató-kutató munkatársak javadalmazása pozitív kényszerként hat a szakértői megbízások elnyerése és teljesítése irányába, ami viszont alkalmanként az akadémiai kutatásoktól veszi el az energiáinkat, s a marketing, turizmus képzett munkaerő iránti igénye hozzájárul az oktatói fluktuációhoz, a pályaelhagyáshoz.

5. A 25 ÉV MEGÜNNEPLÉSE: “M+T CSÚCSTALÁLKOZÓ”

Intézetünk fennállását hazai egyetemi társtanszékek, kutatási műhelyek meghívásunkat elfogadó munkatársainak, kari oktatóknak, üzleti partnereinknek, egykori kollégáinknak és öregdiákjainknak a részvételével egésznapos program keretében a Diósgyőri Várban ünnepeltük meg november 29.-én.

Piskóti István intézetigazgató köszöntőjében felvillantotta a 25 év fontosabb eseményeit és meghatározta szakmai műhelyünk jövőbeli küldetését, fejlődési irányát.

A Miskolci Marketing - Turizmus Modell szerint intézetünk mai küldetésének a negyedik generációs egyetemi modell filozófiájának és kíváncsi gyakorlatának megfelelő – országos és nemzetközi szinten is megjelenő – szervezeti működés kialakítását tekintjük. Ahol a hasznos tudást, kompetenciafejlesztést tartalmazó, módszertanában korszerű, ötszintű oktatási kínálatunk részben saját, problémamegoldó, alkalmazott kutatásokra is épül, melyek révén aktív egyetemi – business kooperációkat valósítunk meg, s a társadalmi marketing úttörő alkalmazásaival részt veszünk szűkebb, tágabb térségünk gazdasági-társadalmi fejlesztésének folyamataiban.

Az ilyenkor szokásos laudáció keretében Veres Pál, Miskolc város polgármestere, Kékesi Tamás, rektorhelyettes, Deák Csaba, kancellár és Besenyei Lajos, rector emeritus köszöntésére és visszatekintésére került sor.

Ezt követően három plenáris előadást hallgathattak meg a résztvevők:

- Berács József BCE, iASK: A marketingtudomány fejlődése a 20. században a kereskedelembe ágyazottan,
- Kandikó József, tiszteletbeli elnök, MMSZ: Marketing + Turizmus - gyakorlati trendek, kihívások és
- Szalók Csilla, BGE: A turizmusoktatás aktuális kérdései.

Az előadások után Szalók Csilla előterjesztésében elindult a szervezés a turizmus oktatók-kutatók körének megalapítására.

A délutáni időszávban két szekcióban előadások és hozzászólások formájában folytatódott a szakmai eszmecsere. A marketing szekcióban a vitaidítót Törőcsik Mária a fogyasztói magatartás, Hetesi Erzsébet a társadalmi marketing, Agárdi Irma a kereskedelmi trendek és

Máthé Balázs a digitalis marketing tárgykörében tartotta meg, mely kérdéskörökhöz korreferátumok és szabad véleménycsere kapcsolódott.

A turizmus szekcióban Piskóti István a hatékony desztinációmenedzsment, Szabó Géza a bor és gasztronómiai turizmus, Bándoli Attila a szálloda- és vendéglátás menedzsment kihívásai és Rátz Tamara a kulturális turizmus trendjei című előadásait hallgathatták és vitathatták meg az érdeklődők.

A rendezvény szakmai részének végeztével kötelen eszmecsere, borkóstolás baráti találkozóra került sor a nagyszámú vendégsereg részvételével. Ennek nyitányaként a pezsgős koccintást követően felvágásra került az erre az alkalomra intézeti logóval készített torta.



5. ábra: A MIM 25 torta felvágása a jelenlegi és egykori munkatársak gyűrűjében

Az Intézetben korábban oktató munkatársak:

Bárkányi Péter, Dr. Bernáth Attila, Bereczki Norbert, Bereczkiné Farkas Erzsébet, Csaba Gergely, Fábián Zsuzsanna, Fogarasi László, Dr. Gyöngyössy Zoltán, Kontor Enikő, Ladányi Éva, Dr. Molnár Csilla, Mató-Juhász Annamária, Schupler Helmuth, Simkó János, Sinkó László, Dr. Steiner Isván, Dr. Szántó Ákos, Dr. Szántó Szilvia, Szanyi Ildikó, Szilágyi János, Szivós Judit, Tóth Tamás.

Az Intézet korábbi nappali képzésű Ph.D. hallgatói:

Almási Gergely, Bárkányi Péter, Béki Piroska, Csiszár Miklós, Daróczi Magdolna, Debreceni Attila, Farkas Erzsébet, Farkas Zsuzsanna, Havriló Attila, Juhász Annamária, Kerekes Rita, Kovács Attila Tamás, Kovács Erika, Kozma Boglárka, Nagy Szabolcs, Nagy Szabolcs (Junior), Papp Adrienn, Pálffy Gábor, Rácz Péter, Schupler Helmuth, Szabó Anett Ibolya, Szabó Tamás, Szivos Judit, Szótér Zsuzsanna, Tállai Attila.

Az Intézeti titkárság korábbi munkatársai:

Balogh Martina, Dr. Bihariné Kalászdí Beáta, Bindász Angelika, Donka Renáta, Erdélyiné Ruzs Annamária, Makranczi Márta, Varga Csilla, Székely Orsolya.

Az Intézetben jelenleg oktató közalkalmazott munkatársak:

Dr. Bene Zsuzsanna, Dr. Dankó László, Dr. Gulyásné Dr. Kerekes Rita, Dr. Hajdú Noémi, Dr. Marien Anita, Dr. Molnár László, Nagy Katalin, Dr. Nagy Szabolcs, Dr. Papp Adrienn, Dr. Piskóti István, Dr. Szakál Zoltán.

Az Intézet jelenlegi nappali képzésű Ph.D. hallgatói:

Dr. Bihariné Kalászdí Beáta, Fehér Márton, Hajdu Gergő, Morva Attila

Az Intézet jelenlegi titkársági munkatársa:

Fetterné Taksás Mónika.